

Zadání bakalářské práce

Student: **Vojtěch Jaška**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R062 Marketing a obchod

Téma: **Analýza tržní pozice navigačních přístrojů**
Market Position Analysis of Navigation Device

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska analýzy tržní pozice
3. Charakteristika firmy GARMIN, s. r. o. a projektu Geocaching
4. Metodika shromažďování dat
5. Analýza tržní pozice navigačních přístrojů v projektu Geocaching
6. Návrhy a doporučení
7. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

AAKER, David. A. Brand Building. Budování obchodní značky. Přel. Jungmann, V. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2003. 312 s. ISBN 80-7226-885-6.

MYNÁŘOVÁ, Lenka a kol. Analýza konkurence a trhu. Praha: Grada Publishing, 2000. 96 s. ISBN 80-7169-632-4.

PŘIBOVÁ, Marie a kol. Strategické řízení značky - Brand management. 1. vyd. Praha: EKOPRESS, 2000. 148 s. ISBN 80-86119-27-0.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Dr. Ing. Hana Svobodová**

Datum zadání: 21.11.2008

Datum odevzdání: 07.05.2009

doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty